

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku dan Skripsi

- Alimin, E. *et al.* (2022) *MANAJEMEN PEMASARAN (Kajian di Era Modern)*. Edited by A. Bairizki. Lombok Barat: SEVAL.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M.V. and Awan (2022) *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Fatihudin, D. and Firmansyah, A. (2019) *PEMASARAN JASA (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Ghozali, I. (2021) *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Edited by A. Heri. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harmadji, E.D. *et al.* (2022) *Manajemen Pemasaran Jasa (KONSEP DASAR)*. Edited by R. Wujarso. Padang Sumatera Barat: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Hultén, B. (2020) *SENSORY MARKETING an introduction*. Edited by M. Waters, J. Kaur, and V. Nicholas. UK: SAGE.
- Kotler, P. and Amstrong Gary (2018) *Principles of Marketing*. 17e Global Edition. Edited by Harlow. United Kingdom: Perrson Education.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2016) *Marketing management*. 15e Global Edition. England: Pearson Education Limited .
- Ramdani Samsul Arif. (2022). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MANPUKU COFFEE & EATERY BANDUNG*. In Skripsi.
https://repo.fisip.unpas.ac.id/js/pdfs/web/viewer.html?file=../../repository//182040151%20Samsul%20Arif%20Ramdani_encrypt.pdf
- Setiadi Nugroho J (2017) *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen (Edisi Revisi)*. Revisi. PrenadaMedia.
- Sugiyono (2022) *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2nd edn. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015) *Perilaku Konsumen*. Ed. 2. Edited by R. Sikumbang. Bogor: Ghalia Indonesia.

Ulyah, Izzatul. (2019) *PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK ACUCAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN PENDAPATAN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI PADA KONSUMENWARKOP RADJA DI KABUPATEN GOWA*, 38-39.

2. Jurnal

Aini, F., Maulidiyah, R. and Firdaus Hidayanto, M. (2022) ‘Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian’, *Online) JURNAL MANAJEMEN*, 14 (1), pp. 2022-83. Available at : <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10638>.

Artika Arsa, A. (2022) ‘ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, SERVICESCAPE, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP DI KOTA SEMARANG’, *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1). Available at: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>.

Dusauw, E., Mangantar, M. and Pandowo, M. (2023) ‘THE IMPACT OF SENSORY MARKETING ON CONSUMER BEHAVIOR AT STARBUCKS MANADO DAMPAK PEMASARAN SENSORIK PADA PERILAKU KONSUMEN DI STARBUCKS MANADO’, *Jurnal EMBA*, 11(1), pp. 138–146.

Fernando, F. and Mulyono, F. (2023) ‘Peranan sensory marketing sebagai prediktor revisit intention melalui customer emotions di Railway Coffee’, *Jurnal Manajemen Maranatha*, 22(2), pp. 227–236. Available at: <https://doi.org/10.28932/jmm.v22i2.6422>.

Intansari, B.A. and Sintani, L. (2022) ‘ANALISIS PENGARUH VARIABEL MARKETING SENSORIK TERHADAP DIMENSI EMOSIONAL YANG MENDORONG KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN ALFAMART DI KOTA PALANGKARAYA, INDONESIA’, *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(2), pp. 773–783. Available at: <http://bajangjournal.com/index.php/JCI>.

Mastinah, S., Lukitaningsih, A. and Diansepti Maharani, B. (2021) *Pengaruh Store Atmosphere, Mood, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Cafe Legend Coffee Yogyakarta)*, *MEKA*. Available at: <http://ejournal.poltekkutaraja.ac.id/index.php/meka>.

Muhamad, F. and Alfisyahr, S.R. (2017) ‘PENGARUH SENSORY MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN REPURCHASE INTENTION (Survei pada Konsumen Nomu 9 Bites & Beverages di Kota Malang)’, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol*, 50(5), pp. 89–96. Available at: www.radarmalang.jawapos.com.

- Natalia, S.L. *et al.* (2023) 'THE IMPACT OF SENSORY MARKETING ON CUSTOMER'S BUYING BEHAVIOR OF COFFEE SHOPS IN MANADO PENGARUH DARI SENSORY MARKETING TERHADAP SIKAP BELI KONSUMEN DI RUMAH KOPI MANADO', *Jurnal EMBA*, 11(1), pp. 1319-1328.
- Padmadika, A., Ariyanti, M. and Tantra, T. (2021) 'PENGARUH STORE ATMOSPHERE, SOCIAL MEDIA MARKETING, DAN LIFESTYLE TERHADAP PURCHASE DECISIONS DI DEJIMA KOHII (THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, SOCIAL MEDIA MARKETING, AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISIONS IN DEJIMA KOHII)', *Management*, 8(6), pp. 8105-8112.
- Pratama, A., Setianingsih, R. and Khusnul, F. (2023) 'PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE DI KOTA PEKANBARU', *SNEBA EKONOMI BISNIS & AKUNTANSI*, 3, pp. 252-264.
- Riambodo, S.E. and Widajanto, B.M. (2023) 'PENGARUH HARGA, STORE ATMOSPHERE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFEE SHOP SAAT KOPI DI SURABAYA', *MANAGEMENT & ACCOUNTING RESEARCH JOURNAL GLOBAL*, 07(02), pp. 21-31.
- Surepi, L., Rahmat, A. and Julita, R. (2021) 'PERANAN ADMINISTRASI BISNIS DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA', *JURNAL AGHINYA STIESNU BENGKULU*, 4(1), pp. 1-10.
- Wijaya, V. (2020) 'PENGARUH SENSORY MARKETING TERHADAP WILLINGNESS TO PAY A PREMIUM PRICE MELALUI BRAND EXPERIENCE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING STUDI KASUS STARBUCKS', *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2).